

Julio, 2016

► PUBLICACIÓN DE DIRECTRIZ PARA VIGILANCIA Y FISCALIZACIÓN DE LA COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD

Recientemente fue publicada la *“directriz para la vigilancia y fiscalización de la composición nutricional de los alimentos y su publicidad”* (**“directriz”**) por parte de la Subsecretaría de Salud Pública de Chile. Este documento tiene como principal objetivo *“orientar los procesos de fiscalización y vigilancias de los alimentos”* a raíz de la inminente entrada en vigencia del Decreto 13 (27 de junio de 2016), que modifica el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

Esta directriz pone especial énfasis en dos artículos del Decreto 13 (artículos 120 bis y 110 bis), que regulan la utilización del descriptor *“alto en”*, la publicidad dirigida a menores de 14 años, y la venta y promoción de los alimentos en los establecimientos educacionales de prebásica, básica y media.

Así, algunos aspectos relevantes tratados por esta directriz dicen relación con la publicidad de alimentos *“altos en”* y la distinción que debe hacerse entre el uso legítimo de marcas comerciales registradas y las acciones publicitarias propiamente tales.

Con respecto a la publicidad, la directriz expone los elementos a evaluar en las distintas acciones, piezas publicitarias y medios de comunicación. En esta línea, se refiere a la **forma del producto** (por ejemplo una galleta o dulce en forma de animal), permitiendo su uso y la utilización de la imagen del producto en su envase, siempre y cuando dicha imagen sea **realista**. Específicamente sobre este punto, la directriz señala que *“en el caso del envoltorio o etiqueta, los elementos dirigidos a menores de catorce años que han sido inscritos como marca comercial, **podrán ser utilizados en la misma forma en que ha sido aceptado su registro**, de lo contrario el uso de estos elementos será considerado publicitario. Por el contrario, imágenes fantasiosas del producto o que se alejen de la realidad de éste, tales como imágenes de tamaño desproporcionado, serán considerados publicidad dirigida a menores de 14 años”* (énfasis agregado en la directriz).

En relación a los **elementos registrados como marcas comerciales, establece que** podrán ser utilizados en el envase o envoltorio del producto, pero en la misma forma en que ha sido aceptado su registro, ya que de lo contrario, serán considerados como publicidad. En efecto, la directriz expresamente señala que *“en el caso del envase, envoltorio o etiqueta, los elementos dirigidos a menores de catorce años que han sido inscritos como marca comercial, **podrán ser utilizados en la misma forma en que ha sido aceptado su registro**, de lo contrario el uso de estos elementos será considerado publicitario”* (énfasis agregado en la directriz).

Si bien la directriz es una herramienta útil para conocer el criterio de la autoridad ante eventuales infracciones futuras, éstas no tienen fuerza normativa, por lo cual no es posible suponer que necesariamente tales criterios se mantendrán estables en el tiempo.



Si tiene consultas respecto de los temas comentados en esta alerta, puede contactar a los siguientes abogados o a su contacto regular en Carey.

Fernando García
Director
+56 2 2928 2665
fgarcia@carey.cl

Ignacio Gillmore
Asociado
+56 2 2928 2612
igillmore@carey.cl

Constanza Hube
Asociada
+56 2 2928 2612
chube@carey.cl

La información contenida en esta alerta fue preparada por Carey y Cía. Ltda. sólo para fines educativos e informativos y no constituye asesoría legal.

Carey y Cía. Ltda.
Isidora Goyenechea 2800, Piso 43.
Las Condes, Santiago, Chile.
www.carey.cl